

Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel († 1995) war Begründer des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung (IKV) an der Universität des Saarlandes. Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein ist seit 2006 Direktorin des IKV an der Universität des Saarlandes. Das internationale Standardwerk beschäftigt sich mit der Erklärung und Beeinflussung des Konsumentenverhaltens. Es bietet einen Überblick über theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse der Konsumentenforschung. Die 11. Auflage ist vollständig überarbeitet und stellt den neuesten Stand der internationalen Forschung dar. Die grundsätzliche Gliederung bleibt die bewährte, doch es gibt viele neue Abschnitte, z. B. zum Zusammenspiel der Konsumentenverhaltensforschung und der Verhaltensökonomie, zu unbewussten Prozessen, zur Einstellungsbildung „on the spot“, zum Embodiment, zu neuen Zielgruppen, Meinungsführern und Influencern oder zum Einfluss der Digitalisierung auf das Konsumentenverhalten. Mehr als 250 farbige Abbildungen illustrieren die Zusammenhänge. Inhaltsübersicht Grundlagen der Konsumentenforschung A. Die Entwicklung der Konsumentenforschung B. Einführung in die Verhaltenswissenschaften und aktuelle Trends C. Wissenschaftstheoretische Überlegungen zur Konsumentenforschung und neue Herausforderungen für Wissenschaft und Praxis Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens A. Das System der psychischen Variablen B. Aktivierende Prozesse C. Kognitive Prozesse D. Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten Umwelt determinanten des Konsumentenverhaltens A. Das System der Umweltvariablen: Erfahrungsumwelt und Medienumwelt B. Die Erfahrungsumwelt der Konsumenten: Direkte Umwelterfahrungen C. Die Medienumwelt der Konsumenten: Indirekte Umwelterfahrungen Konsumentenverhalten und Verbraucherpolitik A. Zum Problem der Konsumentensouveränität und zum Leitbild der Verbraucherdemokratie B. Verbraucherpolitik „...für Studenten, Dozenten, aber auch für Führungskräfte im Marketing ein zentrales Fundament für das Verständnis des Konsumentenverhaltens und somit den erfolgreichen Umgang mit (potenziellen) Kunden“ (Marketing Review St. Gallen) „Ein Klassiker, der allein schon durch seinen Aufbau, seine klare Sprache, 200 Abbildungen und fast 100 Seiten Literaturhinweise besticht.“ (wisu)



49,80 €

46,54 € (zzgl. MwSt.)

sofort versandfertig, *Lieferfrist: 1-3 Werktage*

Artikelnummer: 9783800660339

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8006-6033-9

Verlag: Franz Vahlen

Erscheinungstermin: 30.09.2019

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 11. vollständig überarbeitete, aktualisierte und ergänzte Auflage 2019

Serie: Vahle's Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Produktform: Gebunden

Gewicht: 2040 g

Seiten: 722

Format (B x H): 220 x 270 mm

